全媒体时代省级广播电台媒资管理探讨

——以湖北广播电视台广播音频媒资系统建设为例

摘　要：媒资管理系统对降低音频媒资管理成本、提升电台无形资产价值、服务再生产、服务全媒体融合发展，具有重要意义。我国广播电台的音频媒资管理尚属起步阶段，省级广播电台应在搭建媒资管理系统时，发挥自身特色，把握互联网时代机遇，用好全媒体平台，勇立大数据时代潮头，变“资料”为“资产”，实现音频媒资的价值升级。

关键词：广播电台；音频媒资管理；全媒体；编目；版权

中图分类号：G229.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）12-066-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.03.006

■文 / 汪　菁

“媒体内容资产管理”(Media Asset Management) 简称媒资管理，是 2000 年 IBM 在为许多行业设计内容管理方案时提出的概念，即以数字方式管理过去积累的海量资料，以及每年新增的视频、音频、图片和文字等资料。目前业界普遍认为，狭义的媒体资产主要指媒体单位的内容资产，包括过去积累的节目和素材，以及每天新生产大量的文字、图片或者音视频等内容。广义的媒体资产则包括媒体品牌、人力资源、受众、市场份额、信息流、物流、资金流等在内的所有有形和无形资产。因此，“媒体内容资产管理”从狭义上讲，是指利用技术手段，对数字媒体内容资产所做的存储、管理、挖掘和再利用，从广义上讲则是通过技术的、行政的、市场的、资本的等各种运作和手段，实现媒体内容资产价值最大化。[1]

眼下，“全媒体”发展全面辐射，具备文字、图形、图像、动画、声音和视频等各种媒体表现手段的不同媒介形态，已形成融合趋势以满足受众的细分需求，全媒体对细分的、有创意的、迅速的、有观点的“内容”十分渴求，这恰好给媒资管理提供良好的发挥空间。我国大部分省级广播媒体媒资管理工作刚起步，各广播电视台的全媒体也方兴未艾，怎样利用好蓬勃发展的全媒体平台，做好广播特有的音频媒体资产管理，变“资料”为“资产”，值得探讨。

1. 广播媒资管理的现状

相对于文字及视频，声音具有原始性、物质性、客观性，这种特性是其他任何形式的资料无法取代的。然而，在 20 世纪 80 年代末、90 年代初，电视的异军突起使广播电台受到巨大冲击，受众锐减，经营乏力，而且体制机制的变化、人才的出走，也导致各类音频资料流失损毁严重。一边是广播历史音频资料岌岌可危，一边是广播线性播出特性让节目转瞬即逝，无法良好保存应用。因此，庞大而有数据处理功能“资料库”的建立迫在眉睫，广播电台急需这样的处理系统，一方面满足保存应用的需求，另一方面更好地利用大数据的技术和平台，对音频数据进行价值再造，为广播在激烈竞争的全媒体时代夺得一席之地。

广播媒体资产管理，就是利用领先的、基于信息技术存储和互联网的技术，对各种类型的音频资料进行数字化转换、编目存储、发布共享、检索查询、下载调用等流程上的管理，以盘活广播媒体资源，使其永久化、资源化、生产化，实现广播媒体资产的价值升值。进入 21 世纪，国内各大媒体才对媒资管理的认识逐步加深，目前，根据自身情况建立了媒资管理系统的有中央电视台、上海文广集团、湖北广播电视台、湖南广播电视集团等，但就音频媒统而言，仅有中央人民广播电台、上海文广等有相应的系统，大多数省市级广播电台音频媒资管理，还处于探索阶段。

2. 全媒体时代省级电台广播媒资管理的作用

2.1 保存体量迅速增长的在播节目，向各类终端平台推送优质内容

目前，湖北广播的 11 套频率，每天累计直播节目约 258.5 小时，像《焦点时刻》《湖北新闻》《新闻联播》等，这一系列的知名栏目在全省范围内，有着庞大的收听群，各类新闻稿件及节目连年荣获中国新闻奖等荣誉。但正因为存储空间有限，这些优质的节目不能完整保存更新，更不能在需要时随时提取，频率之间也不能共享。媒资管理系统，能借助于计算机技术，将各类节目上载、编目，安全、完整地保存入库，然后在需要时，随时检索调取，并有针对性推送至湖北广播电视台的主页、长江云 APP、九头鸟广播 APP，甚至喜马拉雅 FM 的 APP、映客直播等其他的平台进行共享。和过去的打包推送、自动推送相比，媒资系统能够提供如节目简介、当期内容、关键词、嘉宾主持人甚至听众希望解答的问题等详细信息，更能引导点播用户的点播习惯。

2.2 分类管理服务再生产，实现共享提高利用效率

媒资管理不仅可以打破各个频率之间信息沟通不畅、资源不能共享的障碍，还可以提供音频供视频、网页使用。而只要增加部分授权用户，便可拓展到全省地市州的电台使用，音频媒资利用率进一步提高。降低获取成本，提升音频价值。

2.3 全媒体互动无形资产显优势

媒体产业不论如何发展，互联网工具不论如何升级，核心都是“内容”。以湖北楚天交通广播的《好吃佬》节目为例，节目制播可在广播、电视、网络实现共享，同时利用节目品牌与餐饮行业进行互动，制作美食电子书、美食 APP 等，在各种媒介形式上垂直延伸这档节目的品牌价值，令无形资产升值并获利。

3. 地方广播电台媒资管理建设的困难

3.1 从无到有，工作量巨大

从 2014 年起，湖北广播电视台在视频媒资管理系统建设十多年的基础上，全面开展广播音频媒资管理系统的建设，耗时一年，才将 11000 多小时存储在老旧介质的历史音频媒资完成数字化转换。随即开展的编目工作，更是工作量巨大。音频只有声音没有画面，需要付出 2 倍的节目时长甚至更多时间来进行编目整理，多级切层编目更要耗费大量时间。

3.2 入库取舍，多方考量

对于在播的节目，什么样的节目具有入媒资库的价值，需要从节目的二次开发、历史意义、地方特色等多个方面与各个频率不断沟通考量来确定标准。

3.3 编目规范，经验难寻

媒资管理中，资料编目是最为重要的一步。音频编目指在计算机平台上用编目软件将音频资料按一定要求进行切分、归类、著录、标引，并注录文字信息对节目内容加以概括，提取关键词，让音频资料信息条目化，分门别类地存放在相应的目录之下，除了便于快速准确的查询，更可以使音频资料得以再利用。

4. 全媒体平台上，广播媒资管理如何进一步创造价值

科学技术不断发展，管理手段不断提升，这推动着媒体资产管理一步步升级，从最初媒体资源的“信息管理”，发展到“内容管理”，现阶段升级为“资产管理”。广播音频媒资管理更应该借助全媒体，以“内容”为核心竞争力，无形资产和有形资产相辅相成、全面发展。

4.1 针对不同使用者，建立主题媒资库

借鉴大数据发展的方式，可以根据每条音频编目信息中关键词、下载次数、搜索热度、事件重要性等要素，在音频媒资库的海量音频中，单独建立主题资料库，再针对不同媒体平台或使用者进行归类，如“全国两会”“抗洪救灾”“一带一路”“两圈一带”“鄂企”“旅游”“湖北名家”等。一来可供节目方便搜索调取，二来更可为广播、电视、网络视频甚至微信公众号等平台，提供策划的创意和内容的支持。

4.2 筛选独家音频授权播出

相关统计显示，发达国家对媒体内容资产产业开发，已经占到总收入的 20%–30%，比如英国每年约有 4 亿英镑媒资内容开发收入，法国则有 20 亿欧元，相比之下我国的媒资产业开发，整个收益占不到总收入的百分之一，这还是视频图片带来的，音频完全没有用武之地。省级电台，更应抢抓机遇，弯道超越，挖掘出饱含地方特色和历史的独家音频，重新包装，独立编目，针对利用。例如，湖北广播保存有上世纪 60 年代到 80 年代，陈伯华、马金凤、红线女等一批重量级戏曲名家，在湖北台现场录制的采访、现场演唱等，这批老艺术家大部分已离开人世，但是，他们留下的声音却是独一无二的，能再次剪辑开发，碎片化或专辑化，推送到各类网络平台及 APP，让价值创造价值。

4.3 碎片化音频媒资，满足全媒体、一云多屏需求

“一云多屏”真正做到在任何时间、任何地点使内容无处不在，这恰好给音频媒资的发展提供新平台。针对有价值的媒资，进行编目拆条贴标签，赋予其独特身份，将碎片化信息共享至全媒体平台，不再局限于广播或者电视，而要一云多屏，互联互通。

比如，2016 年 12 月 1 日武汉至孝感城际铁路将开通，湖北广播电视台湖北之声的记者做现场采访时，可以和湖北之声或其他任何频率进行连线直播，和湖北广电长江云等通过手机做视频播报，其录音稿件除了在湖北之声《新闻联播》中播出，后方编目团队可将这条新闻的录音部分进行碎片化切分，按照开通运行、乘坐体验、转乘线路、票价规定、市民反响等内容，做成单条音频及文字信息，推送至其他广播频率，并通过长江云 APP、湖北网络广播电视台网页、九头鸟 FM、微博、公众号等，逐条刷新信息并形成互动。甚至推送至覆盖更广的澎湃、网易、今日头条等媒体，以及大型企业的公众号等，进行音频媒资的价值升值。

4.4 版权服务升值无形资产

英国 BBC 公司经中央电视台同意购买《故宫》，将片中画面按“屋顶”“门窗”“房柱”等不同主题放在“艺术画廊”网页上销售，售价比卖成品节目价格高出十多倍。这个媒体资产内容版权价值升值案例是非常成功的。因此，各个广播电台的品牌节目，或者最为拿手的广播剧、评书、朗诵等，在有版权的保障下，完全能够大力推送至各类热门 APP，比如懒人听书 APP、催眠助手 APP、诗美中国公众号等，将有极大的营销空间。

总而言之，科技推动着媒体的更迭，但不论媒体形式如何变化，其内容资产依然是核心竞争力。广播媒资管理的应用虽然起步较晚，但必将逐步完善，通过全媒体平台，从最初的音频资料系统化，逐步发展为整理收集规模化、最终资料数据化，从而实现数据应用的价值化，进一步推动省级广播电台音频媒资工作，在全媒体平台上发展壮大，价值升级。媒

参考文献

[1] 傅志武 . 科技与传播 [M]. 北京：北京广播学院出版社，2000.

[2] 袁蓉蓉 . 数字化时代广播媒资系统的发展 [J]. 中国广播，2015（4）.

[3] 刘薇 . 大数据时代的媒资之变 [J]. 中国广播电视学刊，2014（1）.

（作者单位：湖北广播电视台）